

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan "AB" Jaya Laundry Sidoarjo)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

Siti Soraya
0612010175/FE/EM

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2010**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan "AB" Jaya Laundry Sidoarjo)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**



Diajukan Oleh :

**Siti Soraya
0612010175/FE/EM**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2010**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Syukur Alhamdulillah dan terima kasih kepada junjungan tertinggi, ALLAH SWT atas kemampuan dan kasih karunia-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan ”AB” Jaya Laundry Sidoarjo)”**.

Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang bersedia untuk memberikan bantuan dan dukungannya baik secara materiil maupun moril kepada penulis, untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, M.P, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama sekaligus Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur sekaligus Dosen Pembimbing Utama Skripsi peneliti, yang selalu memberikan motivasi, dorongan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Seluruh staf Dosen dan Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak dan Ibu serta Saudara-saudaraku tercinta yang sudah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Pada akhirnya penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dan perlu adanya perbaikan, oleh karenanya penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran serta masukan-masukan bagi peneliti yang lain di masa yang akan datang. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, Desember 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. Pengertian Pemasaran	10
2.2.2. Jasa	11
2.2.2.1. Pengertian Jasa	11
2.2.2.2. Karakteristik dan Klasifikasi Jasa	13

2.2.2.3. Macam-Macam Jasa.....	13
2.2.2.4. Dimensi Kualitas Jasa	14
2.2.3. Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	15
2.2.4. Nilai Pelanggan (<i>Customer Value</i>)	16
2.2.4.1. Pengertian Nilai Pelanggan.....	16
2.2.5. Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	18
2.2.5.1. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan....	19
2.2.6. Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>)	20
2.2.6.1. Cara Menarik dan Mempertahankan Pelanggan	22
2.2.7. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	23
2.2.8. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan	24
2.2.9. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	25
2.3. Kerangka Konseptual	27
2.4. Hipotesis.....	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.1.1. Definisi Operasional Variabel.....	29
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	32
3.2. Teknik Penentuan Sampel	32

3.3. Teknik Pengumpulan Data	34
3.4. Teknik Analisa dan Uji Hipotesis	34
3.4.1. Teknik Analisa	34
3.4.2. Pengujian Hipotesis.....	36
3.4.2.1. Asumsi Model SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>)	36
3.4.3. Pengujian Hipotesis dan Hubungan Kausal	38
3.4.4. Pengujian Model Dengan <i>One-Step Approach</i>	39
3.4.5. Evaluasi Model.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	42
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	42
4.2. Karakteristik Responden	43
4.3. Deskripsi Hasil Penelitian.....	45
4.3.1. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X1).....	45
4.3.2. Deskripsi Variabel Nilai Pelanggan (X2)	50
4.3.3. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	51
4.3.4. Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Z).....	52
4.4. Deskripsi Hasil Analisis dan Pengujian Hipotesis	54
4.4.1. Evaluasi Atas <i>Outlier</i>	54
4.4.2. Uji Reliabilitas	55
4.4.3. Uji Validitas	56
4.4.4. Uji <i>Construct Reliability dan Variance Ectracted</i>	57

4.4.5. Uji Normalitas	59
4.4.6. <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) dan Pengujian	
Hipotesis	60
4.4.7.1. Evaluasi Model <i>One Step Approach to SEM</i>	60
4.4.7.2. Analisis <i>Unidimensi First Order</i>	62
4.4.7.3. Analisis <i>Unidimensi Second Order</i>	63
4.4.7.4. Uji Hipotesis Kausalitas	63
4.5. Pembahasan	64
4.5.1. Kualitas Layanan Berpengaruh Positif Signifikan	
Terhadap Kepuasan Pelanggan	64
4.5.2. Nilai Pelanggan Berpengaruh Positif Signifikan	
Terhadap Kepuasan Pelanggan	66
4.5.3. Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Positif Signifikan	
Terhadap Loyalitas Pelanggan	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	68
5.2. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Pelanggan “AB” Jaya Laundry – Sidoarjo tahun 2009-2010	4
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasar Umur.....	44
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasar Pekerjaan	44
Tabel 4.4. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Tangible</i>	45
Tabel 4.5. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Reliability</i>	46
Tabel 4.6. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Responsiveness</i>	47
Tabel 4.7. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Assurance</i>	48
Tabel 4.8. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Emphaty</i>	49
Tabel 4.9. Hasil Jawaban Responden Untuk Nilai Pelanggan	50
Tabel 4.10. Hasil Jawaban Responden Untuk Kepuasan Pelanggan	51
Tabel 4.11. Hasil Jawaban Responden Untuk Loyalitas Pelanggan	53
Tabel 4.12. Uji <i>Outlier Multivariate</i>	54
Tabel 4.13. Reliabilitas Data	56
Tabel 4.14. Validitas Data.....	57
Tabel 4.15. <i>Construct Reliability & Variance Extracted</i>	58

Tabel 4.16. Normalitas Data	59
Tabel 4.17. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Base Model</i>	61
Tabel 4.18. Modifikasi	61
Tabel 4.19. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Modifikasi.....	62
Tabel 4.20. <i>Unidimensi First Order</i>	62
Tabel 4.21. <i>Unidimensi Second Order</i> Kualitas Layanan.....	63
Tabel 4.22. Uji Hipotesis Kausalitas Antar Faktor	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	27
Gambar 3.1. Model Pengukuran Dimensi <i>Tangible</i>	35
Gambar 4.1. Model Pengukuran Kausalitas <i>One Step Approach</i>	60
Gambar 4.2. Model Pengukuran Kausalitas <i>One Step Approach</i> Modifikasi..	61

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan "AB" Jaya Laundry Sidoarjo)**

Oleh :

Siti Soraya

ABSTRAKSI

Intensitas persaingan yang semakin meningkat menuntut persaingan dalam dunia bisnis. Tujuan dasar suatu bisnis tidak lagi berupa laba, melainkan penciptaan dan penambahan nilai bagi pelanggan. Penambahan nilai mengandung arti penciptaan pelanggan yang puas, karyawan yang layak dan laba besar. Selain itu, pelayanan dan jasa yang diberikan oleh perusahaan juga merupakan daya tarik dan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggan. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa "AB" Jaya Laundry yang dihadapkan dengan masalah loyalitas pelanggan yang berkurang atas pelayanan yang diberikan pada bulan Juli 2009 sampai Juli 2010. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di "AB" Jaya Laundry Sidoarjo.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang datang di "AB" Jaya Laundry. Skala pengukuran menggunakan skala interval dan skala pembentukan menggunakan skala *likert*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sampel didasarkan atas kriteria atau pertimbangan tertentu antara lain pelanggan yang datang di "AB" Jaya Laundry Sidoarjo dan pernah menggunakan jasa "AB" Jaya Laundry Sidoarjo lebih dari 1 kali dalam 2 bulan terakhir. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 105 pelanggan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang datang ke AB Jaya Laundry. Teknik analisis yang digunakan adalah *SEM (Structural Equation Modeling)* untuk melihat hubungan kausalitas antar faktor.

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, nilai pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Keyword : Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan ekonomi diarahkan untuk mengembangkan kehidupan ekonomi rakyat yang bertumpu pada mekanisme ekonomi pasar yang seimbang dengan prinsip persaingan sehat dan memperhatikan pertumbuhan ekonomi, nilai – nilai keadilan sehingga terjamin kesempatan yang sama dalam berusaha dan bekerja. Dalam hal ini setiap orang mempunyai kesempatan yang sama dalam berbisnis. Perkembangan bisnis semakin meningkat dan semakin kompleks sehingga menyebabkan timbulnya persaingan.

Intensitas persaingan yang semakin meningkat menuntut persaingan dalam dunia bisnis. Tujuan dasar suatu bisnis tidak lagi berupa laba, melainkan penciptaan dan penambahan nilai bagi pelanggan. Penambahan nilai mengandung arti penciptaan pelanggan yang puas, karyawan yang layak dan laba besar. Selain itu, pelayanan dan jasa yang diberikan oleh perusahaan juga merupakan daya tarik dan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan para pelanggan. Bagaimanapun pelanggan merupakan tujuan utama perusahaan, jadi usaha yang dilakukan perusahaan selain mengatur perusahaannya adalah mencari strategi manajemen yang tepat untuk menciptakan kepuasan konsumen dalam

perusahaan yang nantinya akan memberikan respon baik dari konsumen terhadap perusahaan.

Dalam perusahaan dibidang jasa, pelayanan & kepuasan nilai pelanggan merupakan kunci pokok untuk meraih sukses perusahaan. Pelayanan diberikan melalui kontak langsung dengan pelanggan karena sangat diperlukan mengingat calon pelanggan & pelanggan perlu informasi mengenai jasa maupun produk yang ditawarkan. Nilai pelanggan akan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Hal tersebut dikarenakan bagi sebagian pelanggan menganggap nilai pelanggan akan merangsang pembelian dengan cara penyederhanaan keputusan atas keragaman pilihan produk dipasar dan ditawarkan kepada mereka. Dalam konteks ini nilai pelanggan menjadi sebuah sikap dan kepercayaan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Nilai pelanggan yang perusahaan bangun dari fokus pelanggan akan memiliki kecenderungan bahwa membentuk persepsi positif akan *customer care* perusahaan yang disimpan dalam benak pelanggan (Pratikno, 2003; Thirau, et.al., 2002).

Lain halnya dengan kualitas layanan digambarkan sebagai suatu bentuk sikap (*attitude*), berhubungan namun tidak persis sama dengan kepuasan, yang diperoleh dengan membandingkan harapan dengan performa yang dirasakan. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Apabila pelanggan merasakan kualitas dengan baik maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Setelah pelanggan sudah merasakan kepuasan maka konsumen

akan melakukan timbal balik dengan terus menggunakan pelayanan jasa pada suatu perusahaan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa “AB” Jaya Laundry yang bertempat di jalan kolonel sugiono no.38 Sidoarjo. Perusahaan ini bergerak dalam bidang pengguna jasa. Di perusahaan ini nilai, kualitas Layanan & kepuasan pelanggan lebih diutamakan, disamping untuk mempertahankan pelanggan tetap juga untuk menarik pelanggan yang baru. Karena Kepuasan pelanggan merupakan salah satu motto daripada perusahaan tersebut. Setiap hari Perusahaan ini juga berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan nilai & kepuasan pelanggan – pelanggannya, Dengan membuat program – program seperti : Pelayanan yang baik, Kenyamanan yang terjamin, Bonus dan lain sebagainya. Menurut perusahaan ini dengan dipertahankannya pelanggan yang loyal dapat menambah usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik yang positif terhadap perusahaan.

“AB” Jaya Laundry merupakan salah satu perusahaan jasa didalam memasarkan jasanya perusahaan lebih mengutamakan nilai & kepuasan pelanggan atas jasa tersebut. Dengan kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan atas jasa tersebut. Ini yang pertama-tama harus disadari setiap karyawan. Kepuasan pelanggan relevan untuk kita semua, apapun pekerjaan kita, jadi kepuasan pelanggan bukan semata-mata urusan dan tanggung jawab divisi pemasaran dan pelayanan purna jual. Langkah pertama dalam usaha memuaskan

pelanggan adalah menentukan dan mengantisipasi kebutuhan-kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang berbeda dapat pula berlainan kebutuhannya dan juga berbeda prioritasnya, tetapi pada dasarnya kebutuhan-kebutuhan umum hampir sama. Oleh karena itu kepuasan pelanggan sangat dijunjung tinggi dalam pelayanan jasa.

Di bawah ini adalah tabel yang menjelaskan jumlah pelanggan “AB” Jaya Laundry Sidoarjo yang diambil pada tanggal 9 Agustus 2010, selama 1 tahun terakhir yaitu mulai bulan Juli 2009 – Juli Tahun 2010. Berdasarkan sumber yang diperoleh dari perusahaan diketahui data pelanggan sebagai berikut.

Tabel 1.1. Jumlah Pelanggan “AB” Jaya Laundry Sidoarjo tahun 2009-2010

Bulan	Jumlah Pelanggan	Jenis Keluhan
Juli 2009	80 orang	<ul style="list-style-type: none"> ○ Keramahan layanan yang kurang. ○ Kelengkapan alat yang kurang lengkap sehingga cucian terlambat tidak tepat waktu. ○ Karyawan yang pasif dan kurang komunikasi. ○ Terlalu banyak pesanan kurang cepat selesai perlu ditambah karyawannya. ○ Tidak konsisten dalam pemberian bonus.
Agustus 2009	137 orang	
September 2009	127 orang	
Oktober 2009	197 orang	
Nopember 2009	278 orang	
Desember 2009	200 orang	
Januari 2010	209 orang	
Pebruari 2010	282 orang	
Maret 2010	261 orang	
April 2010	310 orang	
Mei 2010	248 orang	
Juni 2010	214 orang	
Juli 2010	136 orang	

Sumber : karyawan “AB” Jaya Laundry

Berdasarkan data di atas, maka dapat diketahui bahwa “AB” Jaya Laundry mengalami penurunan dan peningkatan yang fluktuatif jumlah pelanggan yaitu dari bulan Juli tahun 2009 – bulan Juli tahun 2010.

Penurunan pelanggan diakibatkan para pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh para karyawan AB Jaya Laundry sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan yang menjadi rendah. Karena kebutuhan konsumen yang beraneka ragam dan semakin kompleks, konsumen semakin kritis dalam memilih pelayanan jasa, maka perusahaan perlu mengetahui faktor – faktor yang mendorong konsumen untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan.

Menurut Kotler & Garry Armstrong (1998), menjelaskan bahwa nilai yang diserahkan pada pelanggan yaitu penilaian pelanggan mengenai kapasitas produk secara keseluruhan untuk memuaskan kebutuhannya. Perbedaan antara nilai total pelanggan dan biaya total pelanggan dari tawaran pemasaran “Laba” bagi pelanggan. Sehingga, Nilai Total Pelanggan (*customer delivered value*) adalah total dari semua nilai produk, jasa, personel, dan citra yang diterima pembeli dari tawaran pemasaran. Sedangkan, Biaya Total Pelanggan (*total customer cost*) adalah total dari semua biaya moneter, waktu, energy, dan psikis yang berkaitan dengan tawaran pemasaran.

Pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan menurut Pratikno (2003) dalam Reni (2007) bahwa bagi sebagian pelanggan menganggap nilai pelanggan akan merangsang pembelian dengan cara penyederhanaan keputusan atas keragaman pilihan produk dipasar dan ditawarkan kepada mereka. Dalam konteks ini nilai pelanggan akan menjadi sebuah sikap dan kepercayaan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Bagi pelanggan, kinerja suatu produk yang dirasakan sama atau lebih besar dari yang diharapkan yang dianggap bernilai dan dapat

memberikan kepuasan (Kotler, 2000) dalam Palilati (2007). Sedangkan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan apabila pelanggan mendapatkan pelayanan dengan baik maka pelanggan akan merasakan puas dengan pelayanan tersebut (Wyckof dalam Tjiptono, 2005:260). Kepuasan Pelanggan sendiri memiliki pengaruh terhadap loyalitas menurut Sasser (1994:745) dalam Musanto (2004) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan, jika hubungan antara kepuasan dengan loyalitas positif, maka kepuasan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan

Dari penjelasan fenomena diatas, sangat disayangkan bila pelayanan jasa mengalami penurunan, bahwa nilai pelanggan & kepuasan pelanggan sangat diprioritaskan. Dengan membentuk harapan nilai serta bertindak berdasarkan perbandingan nilai sebenarnya yang mereka terima ketika mengkonsumsi produk / jasa dengan nilai yang diharapkan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka perumusan masalah yang dapat di ambil adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
“AB” Jaya Laundry?
2. Apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
“AB” Jaya Laundry?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
“AB” Jaya Laundry?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang masalah & Perumusan masalah diatas, maka Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh “AB” Jaya Laundry terhadap kepuasan pelanggan?
2. Untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan yang diberikan oleh “AB” Jaya Laundry terhadap kepuasan pelanggan?
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan yang diberikan oleh “AB” Jaya Laundry terhadap loyalitas pelanggan?

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat pada pembaca antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan strategi.

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan dan memperluas wawasan serta pengalaman bagi pihak - pihak lain yang berkeinginan melakukan penelitian sejenis dengan lebih lanjut.